

ційну статтю "Позавиробничі витрати" [4]. Таким чином, ці витрати входять у повну собівартість продукції і споживач платить за них. Це призводить до ситуації, коли витрати на комплекс маркетингу можуть іноді перевищувати реальні витрати на виробництво продукції. Проте забезпечення заданого рівня збуту і прибутку можна досягнути іншим шляхом, запропонованим американським спеціалістом у сфері маркетингу Філіпом Котлером [5].

Припустимо, що необхідно розробити план маркетингу ТзОВ "Компанія Киянка", яке займається збутом меблів на внутрішньому і зовнішньому ринках, на термін часу – січень-вересень 2001 року. Частина підприємств, продукцію яких збуває компанія, належить до числа підприємств Держпромполітики. Дослідження здійснено саме для цих підприємств і цього ринку в такій послідовності:

1. Оцінимо загальний обсяг ринку меблів підприємств Держпромполітики на січень-вересень 2001 року. Оцінку формують шляхом співставлення недавніх темпів росту ринку (9,3 %) з обсягом ринку поточного року (256101,6 тис. грн.), розрахунковий обсяг якого буде становити 279919,0 тис. грн.

2. Спрогнозуємо частку продукції, яку буде збувати ТзОВ "Компанія Киянка" на ринку меблів Держпромполітики в січні-вересні 2001 року. Виходячи з загальних тенденцій росту 9,3 % і темпів падіння по аналізованих підприємствах (47,1 %), фірма займатиме 2 % даного ринку.

3. Спрогнозуємо суму надходжень від продажу меблів ТзОВ "Компанія Киянка" на січень-вересень 2001 року. Якщо загальний обсяг 279919,0 тис. грн., то при збереженні існуючої частки розрахункові надходження від продажу будуть становити 1931,4 тис. грн.

4. Подамо прогноз валового прибутку, за рахунок якого будуть покриватися постійні витрати і витрати на проведення маркетингу і буде одержано прибуток. Валовий прибуток складе 737,8 тис. грн.

5. Постійні витрати становлять 434,6 тис. грн.

6. Розрахувавши валовий прибуток у розмірі 737,8 тис. грн., вираховуючи з цієї суми суму постійних витрат в розмірі 434,6 тис. грн., одержимо різницю, за рахунок якої буде сплачено витрати на маркетинг і одержано прибуток 303,2 тис. грн.

7. Контрольний показник цільового прибутку від збуту меблів 117,6 тис. грн.

8. Вирахування суми цільового прибутку (117,6 тис. грн.) з частини валового прибутку, призначеного для сплати витрат на маркетинг і одержання прибутку (303,2 тис. грн.), дає різницю в розмірі 185,6 тис. грн., яку можна витратити на проведення маркетингу.

Результати розрахунків зведені в табл. 1.

Розрахунки бюджету маркетингу, проведені на прикладі ТзОВ "Компанія Киянка", підтверджують можливість застосування такої методики планування бюджету маркетингу.

Висновки

Потреба в розробці плану маркетингу на певному етапі діяльності виникає в керівництва багатьох підприємств. Для цього необхідно здійснити правильний вибір вихідних підходів. Складність цієї процедури полягає в недостатності інформації і відсутності їх комплексного розгляду. Цим і була зумовлена необхідність проведеного дослідження, аналізу і певного узагальнення.

Табл. 1. Планування бюджету маркетингу, тис. грн.

№п/п	Етапи планування	Оцінка
1.	Прогноз загального обсягу ринку	279919,0
2.	Прогноз частки ринку фірми, %	2,0
3.	Прогноз обсягів продажів	1931,4
	Розрахунок суми змінних витрат	1193,6
4.	Розрахунок суми валового прибутку, за рахунок якого покриваються постійні витрати, затрати на проведення маркетингу і вираховується прибуток	737,8
5.	Розрахунок суми постійних витрат	434,6
6.	Розрахунок частини валового прибутку для покриття витрат на маркетинг і вираховування прибутку	303,2
7.	Розрахунок суми цільового прибутку	117,6
8.	Розрахунок суми можливих затрат на маркетинг	185,6

Одержані результати дозволяють зробити такі висновки:

- Підходи до розробки плану маркетингу включають у себе організаційний, структурний і фінансовий аспекти.
- Врахування цих аспектів забезпечить оптимальність вибраних підходів.
- Виходячи з вибраних підходів план маркетингу доцільно розробити за наведеною схемою (рис.1).
- Важливим є планування бюджету маркетингу, який має розроблятися з врахуванням інтересів споживачів.
- Розрахунок бюджету показав, що закладання затрат на маркетинг у цільовий прибуток справедливе щодо споживачів і забезпечує виробникам заданий рівень збуту і прибутку.

Література

1. Бревнов А.А. Маркетинг малого предприятия: Практическое пособие. – К.: Вира-Р, 1998. – 384 с.
2. Прауде В.Р., Білий О.Б. Маркетинг: Навч. посібник. – К.: Вища школа, 1994. – 256 с.
3. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования. Теория, методология и практика. Изд. "Финпресс", 1998. – 416 с.
4. Інструкція по плануванню, обліку і калькулюванню собівартості продукції (робіт, послуг) на підприємствах лісового господарства України (Затверджено Наказом Міністерства лісового господарства України від 17 липня 1996 р. № 72).
5. Филлипс Котлер. Основы маркетинга: Пер. с англ./Общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пенской. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.

УДК 630*95

Магістрант А.М. Польовський* – УкрДЛТУ

ОГЛЯД МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЛІСУ НА ПНІ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

Розглядаються методи оцінки лісу на пні та встановлення рівня кореневих платежів, які застосовуються в країнах Європи і Північної Америки.

Mag. A.M. Polovskyy – USUFWT

A survey of stumpage valuation methods in foreign countries

Methods of stumpage valuation and stumpage charges determination used in European and North American countries are considered.

Запровадження ефективного механізму оцінки лісу на пні та встановлення рівня кореневих платежів є сьогодні актуальною проблемою для України. Істот-

* – керівник проф. Р.М.Синякевич, д.е.н. – УкрДЛТУ

ним в цьому плані є вивчення досвіду країн з розвинутою ринковою економікою та країн близького зарубіжжя. Короткий огляд методів оцінки лісу, які практикуються в країнах Європи та Америки, подається в даній статті.

Перші концепції та методи оцінки лісових земель та лісу з'явилися в Німеччині. Саме в Німеччині на початку XIX ст. були розроблені теоретичні моделі оцінки лісу, які покладені в основу сучасних методів встановлення вартості лісу та лісової землі. Основоположником концепції оцінки лісу вважається Мартін Фаустманн. Виведена ним формула визначення вартості лісу має такий вигляд:

$$W = \frac{E(1.0p)^n + rD(1.0p)^{n-1} - C(1.0p)^n}{(1.0p)^n - 1} + \frac{r'D'}{(1.0p)^{n-1}} - \frac{A}{1.0p}, \quad (1)$$

де E – витрати на звалювання деревини; rD – вартість деревини, отриманої від доглядових рубань; C – величина витрат на посадку на початку періоду рубання; A – щорічні витрати на управління, захист та ін.; p – банківський відсоток; n – тривалість періоду рубання; r' – вартість проведення доглядових рубань.

Новизна підходу Фаустманна полягала у послідовному використанні методики пролонгування і загальній аналітичній формі побудованих ним рівнянь. Іншою важливою особливістю було випробовування дієвості його підходу на практиці лісового господарства.

У Великобританії оцінкою лісу на пні займається Комісія з лісового господарства. При цьому використовується методологія дисконтування грошових потоків, що базується на принципах аналізу витрати – доходу.

Доходи від заготівлі деревини розраховуються за двома комплексними моделями: моделлю росту і моделлю залежності ціни від об'єму хлестів. Моделі росту є моделями фізичного росту лісу в часі. Вони враховують такі основні фактори: порода, віддал між деревами, режим лісгосподарських рубань, клас віку деревостану і умови місцезростання. Моделі залежності ціни від об'єму хлестів дають змогу визначати очікувані ціни для будь-якого можливого віку рубання. Вони ґрунтуються на залежності ціни від розміру хлестів, яка досліджувалась Комісією лісового господарства протягом кількох десятиріч. Всі розрахунки проводяться за допомогою пакету комп'ютерних програм під назвою "Пакет оцінки лісових інвестицій", який включає в себе моделі витрат, змінні росту і залежності ціни від об'єму хлестів. Вибір найбільш відповідних альтернатив дозволяє визначити, який ліс на пні забезпечить найкращі фінансові результати [1].

У Швеції методологія оцінки лісу теж базується на класичному підході моделювання прибутку і ринкової вартості насаджень. При цьому розраховується потенційний приріст, об'єм рубання і величини грошових потоків для окремих лісових ділянок. Основними факторами, які враховуються при розрахунку, є площа ділянки, запас деревини на 1 га, віддал вивезення, вік, породний склад насаджень та умови місцезростання. Як і у Великобританії, розрахунок грошових потоків проводиться за допомогою спеціальної комп'ютерної програми.

У Чеській Республіці для оцінки лісу на пні використовується метод вікових факторів (німецький еквівалент *Alterswertfaktoren*), запозичений з практики лісового господарства Німеччини, Австрії та Швейцарії. Його характеризує така формула [3]:

$$H_a = [(A_a - c) \times f_{av} + c] \times B_a, \quad (2)$$

де H_a – вартість 1 га насаджень у віці a (*Bestandeswert*); A_a – вартість зрубанної деревини з 1 га площі у віці a (*Abtriebswert im Alter der Umtriebszeit*); c – витрати на створення плантації (*Kulturstkosten*); f_{av} – віковий фактор вартості для віку a (*Alterswertfaktor*); B_a – запас на 1 га (*Bestockung*).

Методологія оцінки лісу на пні у Словаччині була розроблена менш ніж за два роки. Згідно з нею вартість лісу на пні визначається як сума нормативної вартості деревостану, величини фактору розміщення і від'ємної вартості антропогенної шкоди [4].

Нормативна вартість лісового деревостану в перших трьох класах віку визначається за затратною моделлю оцінки і відображає лісокультурні витрати і суму підприємницького прибутку. У деревостанах старших вікових класів вартість лісу на пні знаходиться як різниця між ринковою ціною деревини, витратами на заготівлю та величиною підприємницького прибутку. Фактор розміщення ділянки лісу враховує віддал трелювання, вивезення і запас деревини на 1 га.

Цікавим у словацькій моделі встановлення вартості лісу на пні є можливість врахування екологічної шкоди, нанесеної лісу антропогенною діяльністю (наприклад, забрудненням повітря). У таких випадках визначена нормативна вартість лісу на пні зменшується на величину шкоди. Вартість шкоди встановлюється з результатів регулярного моніторингу стану лісів.

На завершення розглянемо процедури встановлення вартості лісу, що використовуються в Північній Америці. Слід зазначити, що методи оцінки лісу на пні у США і Канаді в цілому подібні. Зокрема, в західних штатах США і в провінції Канади Британська Колумбія використовуються аналітичні методи оцінки, які базуються на встановленні рівня кореневих платежів за залишковою вартістю. В той же час у східних та південних штатах США більш розповсюджені методи прямої оцінки [5].

Суть аналітичних методів оцінки полягає у розрахунку величини прибутку від переробки (*conversion return*). Прибуток від переробки отримується в результаті віднімання від ринкової ціни продажу продуктів переробки деревини суми виробничих витрат (витрати на заготівлю, транспортування і переробку деревини). Після цього він розподіляється між розміром нормального підприємницького прибутку та величиною кореневої плати.

Методи прямої оцінки для встановлення рівня кореневої плати використовують регресійні рівняння. Основними факторами (змінними), що використовуються для побудови таких рівнянь, є середній діаметр хлестів, середнє число дерев на одиниці об'єму, об'єм деревини, заготовленої з одиниці площі, відсоток фаути деревини, тип автомобільної дороги, по якій здійснюється вивезення, рельєф місцевості, витрати на попередження ерозії та утримання доріг, коефіцієнт сезонних коливань цін та ін.

На відміну від провінції Британська Колумбія, у провінції Онтаріо застосовується цілком інша методика справляння кореневих платежів. Зокрема, тут встановлюються єдині ставки кореневих платежів. Сплата відбувається при купівлі ліцензії на право заготівлі лісу на певних ділянках. Власник ліцензії на право заготівлі повинен сплатити, крім кореневої плати (стягується з кубометра деревини-

ни), платежі з власності (стягуються з 1 км² ліцензованої площі). Платежі з одиниці ліцензованої площі включають земельну ренту і плату, що спрямовується на захист лісу [2].

Коренева плата включає:

- мінімальну ставку податку, встановленого державою і диференційованого для різних деревних порід;
- преміальну націнку, розмір якої визначається переговорами у випадку купівлі ліцензії великими інтегрованими заготівельними і переробними підприємствами терміном до 10 років;
- преміальну націнку, яка встановлюється у випадку продажу ліцензії на заготівлю лісу на пні шляхом оголошення тендеру незалежним заготівельникам терміном на 2–3 роки.

Ставка платежів з площі збільшується на 10 % щороку, мінімальна ставка кореневої плати змінюється щомісяця на основі середньомісячної ціни продажу продуктів переробки деревини. Повний перегляд ставок здійснюється кожні 5 років. Таким чином, отримуваний лісовий дохід складається з встановленої кореневої плати (80 %), платежів з площі (10 %) і преміальних націнок від продажу лісу на пні шляхом тендеру і переговорів (10 %) [2].

У 1994 році в провінції Онтаріо система платежів за право заготівлі лісу на пні була дещо змінена, в результаті чого з лісозаготівельних компаній справляється плата, що складається з трьох частин:

- 1 дол./м³ за будь-який тип зрубаної компанією деревини. Одержані кошти надходять у державний бюджет;
- Платіж розміром 0,5–6,0 дол./м³ залежно від типу зрубаних дерев. Кошти надходять у Фонд лісовідновлення;
- Платіж з 1 м³ зрубаного лісу, розмір якого встановлюється на основі ринкової ціни продуктів переробки деревини, таких як целюлоза або пиломатеріали. Ставка плати встановлюється щоквартально на основі ринкової ціни попереднього кварталу. Кошти надходять у державний бюджет.

Висновки

Методи оцінки лісу на пні в зарубіжних країнах ґрунтуються на рентній концепції оцінки лісових ресурсів. При цьому для встановлення рівня кореневих платежів використовуються ринкові ціни на лісоматеріали і продукти переробки деревини. З врахуванням зарубіжного досвіду в Україні рівень кореневої плати доцільно визначати на основі ринкових цін на продукти переробки деревини. Лісозаготівельні та переробні підприємства повинні надавати інформацію щодо цін і витрат в органи державного управління лісовим господарством. Коренева плата повинна надходити на розрахунковий рахунок лісгосподарських підприємств і використовуватися на відтворення і захист лісів. Впровадження ринкового механізму в поєднанні із змінами лісового законодавства створить об'єктивні умови для виходу лісового господарства України із кризового стану.

Література

1. Andrew J. Wilson. The Economic Valuation of Forestry in Great Britain. – United Nations Economic Commission for Europe. – 1994. – P. 153–171.
2. Jean-Louis Wallace. Evolution of Timber Revenue Policies on Crown Land in the Province of Ontario/Canada. – Zurich, 1996. – P. 329–343.

3. Jiri Matejcek. Forest Valuation in the Czech Republic – Current State and Problems. – UN Economic Commission for Europe. – 1994. – P. 103–111.

4. Jozef Tutka. Theory and Practice of Forests Evaluation in Slovakia. – United Nations Economic Commission for Europe. – 1994. – P. 186–197.

5. Lawrence S. Davis. Forest Management. McGraw-Hill. – 1987. – P. 408–429.

УДК [674.815:621.92].001.57

З.М. Ривак* – УкрДЛТУ

СТРУКТУРА ВИТРАТ У СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ В ЛІСОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Розглядається структура витрат у собівартості продукції, яка за економічним змістом складається з п'яти елементів. Кожен з елементів, у свою чергу, включає в себе калькуляційні статті, на основі яких і проводиться аналіз собівартості продукції.

З.М. Ривак – УСУФВТ

Expenses structure in the production cost price of the forest branch

Expenses structure in the forest branch production cost price which according to economic contents consists of five elements is examined. Each element in its turn includes calculation articles on the basis of which production cost price analysis is carried out.

З переходом України до ринкової економіки все актуальніше постає питання зниження витрат на виготовлення продукції. Для цього потрібно більш детально ознайомитись із структурою цих витрат, що розглянуто нижче, а також можливостями і шляхами їх зменшення.

Витрати на виробництво прийнято називати собівартістю продукції. Її визначення чітко зроблено проф. І.М. Синякевичем: "собівартість продукції – це сукупність витрат виробничих ресурсів на виготовлення продукції і надання послуг, яка виражена в грошовій формі. Вона характеризує рівень витрат минулої, живої та майбутньої праці на виготовлення та реалізацію продукції, а також на відтворення трудових і природних ресурсів, які задіяні в процесі виробництва" [4].

Згідно з Постановою Кабінету Міністрів України №764 від 19 вересня 1993 року встановлені єдині засади віднесення витрат виробництва та обігу до собівартості продукції, робіт, послуг. Відповідно до Основних положень про склад витрат виробництва собівартість продукції (робіт, послуг) підприємства формується з витрат, пов'язаних з використанням у процесі виробництва природних ресурсів, сировини, матеріалів, палива, енергії, основних фондів, нематеріальних активів, трудових ресурсів, а також інших витрат на її виробництво і реалізацію.

Усі витрати на виробництво продукції згруповані за елементами та калькуляційними статтями. Елементи витрат – це сукупність однорідних витрат на виробництво продукції. Певні елементи характеризують об'єми споживання окремих виробничих ресурсів в цілому по підприємству незалежно від напрямів споживання. Затрати, що включаються у собівартість продукції (робіт, послуг), групують відповідно до їх економічного змісту за такими елементами:

- матеріальні витрати (за вирахуванням вартості зворотних відходів);
- відрахування на соціальні заходи;
- витрати на оплату праці;

* – науковий керівник проф. М.В. Ривак, д.е.н. – УкрДЛТУ